Ontario

AN INTRODUCTION TO

Business Improvement Areas

Prepared by the
MINISTRY OF MUNICIPAL AFFAIRS AND HOUSING

ISBN 0-7794-0787-3
© Queen's Printer for Ontario, 2001

Disponible en français
Une introduction aux secteurs d'aménagement commercial

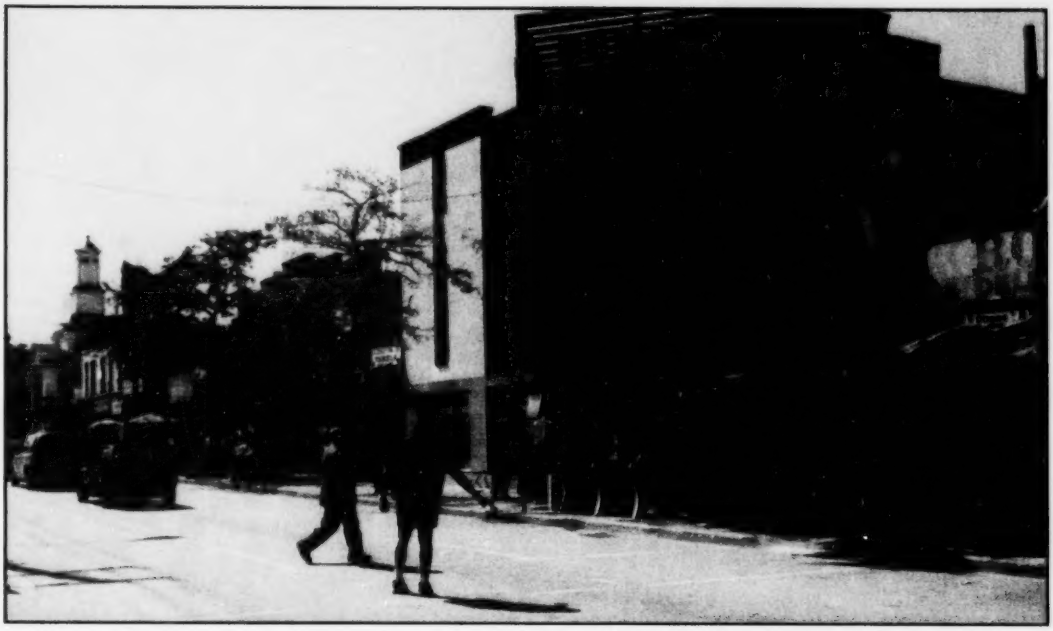
This brochure provides a summary of information about Business Improvement Areas only. It should not be relied upon for legal purposes. Persons wishing to establish a Business Improvement Area should consult the legislation and/or a legal advisor.

Ontario

101-06295/

AN INTRODUCTION TO

Business Improvement Areas



What is a Business Improvement Area?

A Business Improvement Area (BIA) is a geographic area in a municipality. A BIA board of management is an organization set up to provide certain business promotion and improvement functions.

A BIA allows local business people and property owners to join together and, with the support of the municipality, organize, finance and carry out physical improvement and promote economic development in their district. The local municipality is the body responsible for establishing and approving the budget of the BIA.

In 1970 the province passed enabling legislation in response to a request by the business community in the Bloor and Jane Street area, City of Toronto, for special authority to establish the Bloor West Village BIA. Provisions for creating and operating a BIA are contained in section 220 of the *Municipal Act*.

"Business changes everyday. Adapting to the marketplace is important!"

"A BIA does more than just clean up the neighbourhood. The BIA is a mechanism to promote the local community and its special attributes and attractions to visitors and, just as importantly, to local residents."

In addition to Bloor West Village, there are now more than 230 BIAs in place across the province. They vary in size from less than 60 businesses and property owners to more than 2,000.

The BIA concept has also spread beyond the boundaries of Ontario. The concept has been adopted by more than 1,500 communities across the United States and in most provinces in Canada.

What does the BIA do?

The BIA has a two-fold mandate:

- to improve, beautify and maintain public lands and buildings within the BIA, beyond that which is provided by the municipality at large, and
- to promote the area as a business and shopping area.

In carrying out these responsibilities, BIAs have become involved in numerous activities:

- **Marketing**: Understanding who area customers are, and creating effective promotions to retain and expand the customer base.
- **Business Recruitment**: Working with property owners to ensure that available space is occupied, and that an optimum business and service mix is achieved and maintained.
- **Streetscape Improvement and Other Amenities**: Providing for more customer-friendly lighting, signage, street furniture, planters, banners and sidewalk treatment.
- **Seasonal Decorations**: Creating a unique and pleasant environment for customers and staff of all businesses, retail and non-retail, through the use of decorations that are appropriate to the season and holiday.

Special Events: Organizing and partnering in special events that highlight the unique attributes of the area and increase customer visits.

Who benefits from having a BIA?

A BIA can benefit more than just local retail businesses. All businesses in the area, whether professional, dining, entertainment, finance, or retail, may benefit from the improved local atmosphere and ambience that a successful BIA helps to create.

It is the responsibility of each business to build upon the activities of the BIA and ensure that the customer receives best value in an efficient and courteous manner. An expanded customer base depends on the successful partnership between the activities of the association and individual businesses.

"The ultimate goal of the BIA is to provide an environment that supports the role of the area as a place for shopping, dining, entertainment and financial and professional services."

"Together, as a BIA, we have more resources and can accomplish much more than acting alone."

BIA initiated improvements and activities may lead to an increase in property values. Improvements help to create and sustain a more vibrant economic environment within the local area. This attracts both commercial and service sector businesses to the area which, in turn, may lead to an increased demand for retail and office space and a subsequent increase in property values.

BIA improvements and activities help to create a more vibrant community and a more prosperous local economic environment. A more vibrant community attracts visitors and retains local customers of all types of services – including dining, entertainment and professional services.

A secure source of funding is a significant benefit to having a BIA. Once the board of the BIA has prepared a budget and it has been approved, the municipality collects the money as a special levy on all industrial and commercial properties in the area. Funds are then transferred to the BIA organization to carry out its work.

- increasing community interest and pride in the business area
- ensuring on-going cooperation among the members of the business community
- improving lines of communications between the business community and municipal council and staff
- advocating membership interests and concerns through effective communications with both the municipality and other levels of government
- increasing cost savings to the membership through improved integration of capital funding and promotional activities

How is the BIA managed?

The BIA is managed by a board of management which is composed of property owners and business operators and at least one member of council. The board is appointed by council for a three-year term. Usually, the nominees to the board are chosen by a vote of the general membership and the list is then sent to council for appointment. The board is a volunteer body who do not receive payment for their services to the BIA.

"It takes a lot of effort and dedication to make a BIA work. But the results make it all worthwhile."

How is the BIA funded?

The board prepares annual budget estimates which must be submitted to municipal council. Generally, the board presents the budget to members at the annual general membership meeting for approval.

Once the budget is approved by council, the council adds a special tax levy on all industrial and commercial properties within the boundaries of the BIA. This levy is calculated proportionately for each property based on its assessed value. The levy is collected by the municipality and provided to the BIA.

The exact amount of the levy is ordinarily determined by dividing the property's realty assessment by the total realty assessment of the commercial and industrial properties within the boundaries of the BIA and multiplying by the total annual BIA budget.

For example, if:

- a property's realty assessment is $100,000, and
- the total realty assessment for all commercial and industrial properties within the BIA boundaries is $10,000,000, and
- the annual BIA budget is $40,000,

then

- the BIA levy for the property is equal to:

$$\frac{\$100,000}{\$10,000,000} \times \$40,000 = \$400$$

"Property owners and business leaders interested in establishing a BIA should plan carefully before proceeding. The key to success when trying to create a BIA is to have an action plan.

Not only does it make the whole process easier but it will help immeasurably when asked tough questions about your proposal by other local business and property owners."

Who is responsible for paying the BIA levy?

The property owner is responsible for paying the BIA levy to the municipality. However, the terms of the lease may allow the landlord to charge the BIA levy to the tenant.

What are the steps in establishing a BIA?

The request to designate a BIA usually originates with the local business community affected and is developed in consultation with municipal staff. A request to the municipal council to designate an area identifies the need for a BIA and sets out the boundaries for the proposed area. Some of the important steps in establishing a BIA are outlined below.

Step 1
Establish the need

Step 2
Establish a steering committee

Step 3
Set out goals & objectives

Step 4
Prepare a preliminary budget proposal

Step 5
Determine proposed boundaries

Step 6
Communicate with interested parties

Step 7
Formalize request to the municipality

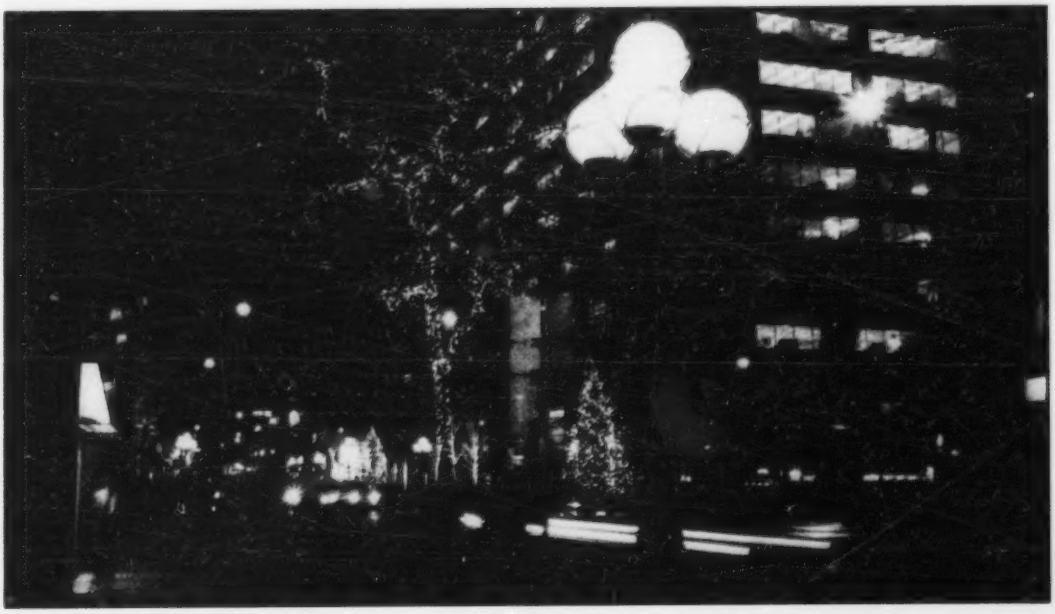
Step 8
Provide required notice to property/business owners

Step 9
Pass required by-law

Opportunities for objection:

(This is a simplified summary and is not complete for all purposes: please refer to the legislation.)

- Property owners and tenants are entitled to notification of the intent to pass a BIA by-law, and may object to the creation of the BIA. Objections meeting the requirements of the legislation (including being received by the municipality within certain time periods) may result in a referral of the proposed by-law to the Ontario Municipal Board (OMB), or defeat of the by-law.
- Objections are made by way of petition.
- Referral to the Ontario Municipal Board would be required if, within the first 30 days following the mailing of the notice, the municipality receives an objection signed by a person entitled to notice.
- For the purpose of defeating the by-law, the municipality's period for receiving sufficient objections is two months from the latest day of mailing of the notice by the municipality.
- Council cannot pass a proposed BIA by-law if the municipality receives a petition signed by at least one-third of the persons entitled to notice who are responsible for at least one-third of the tax on property in the proposed BIA.



"A truly successful BIA creates a spirit of cooperation that improves the local community not only for all businesses but for property owners and local residents as well."

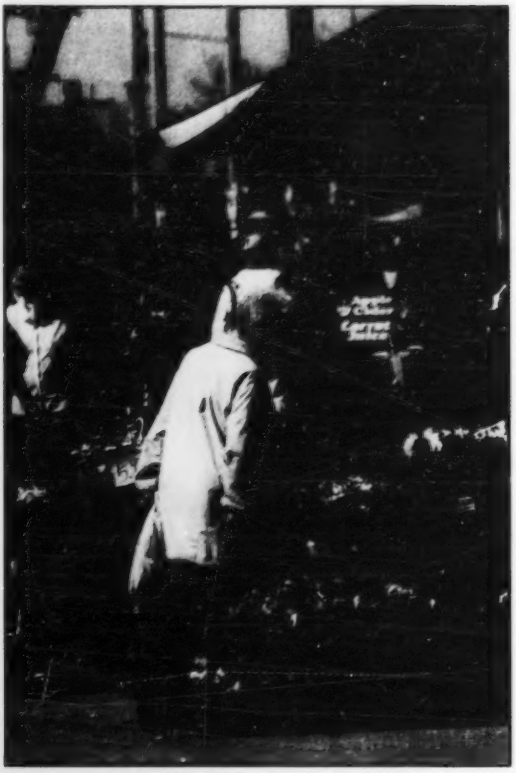
Conclusion:

The establishment of a BIA can have clear advantages for the business community, the property owners and the municipality. For business people and property owners, it provides a key opportunity to develop a more attractive physical environment and a more successful business community. This may in turn enhance property values. For the municipality, it is an opportunity to strengthen the municipal tax base, halt the deterioration of the business area, and improve the municipality's image.

To be effective, the BIA requires the support of all three partners; the business community, the property owners and the municipality. Business people will always encounter the problems of competition and a changing economic environment; property owners will always be challenged to maintain their real estate assets fully occupied, and municipalities will always face the issue of urban revitalization. The BIA provides a mechanism which allows all to co-operate in dealing with these interrelated issues.

Establishing a BIA can provide great rewards. It can lead to increased sales and profits, a more successful and active business environment, increased property values, a more attractive community, and a restored sense of civic pride. It is these rewards that have prompted more than 230 Ontario communities to establish their own BIA.

Bloor West Village



This is Bloor West Village, a prosperous and attractive retail shopping area in Toronto's west end. Toronto is one of the most competitive retail market in North America and potential sales are huge. However, the efficient transportation network allows shoppers to choose easily between large regional shopping malls, smaller plazas, a world-famous downtown shopping centre, big box stores, new power centres and many impressive shopping areas.

Bloor West Village is a roaring success. However, before the BIA was established, it had fallen on hard times. Vacant storefronts marked the streets, the area was rundown and unkempt, and property owners made little attempt to keep their buildings in good repair - in part because business was so bad they couldn't afford it.

The fate of Bloor West Village at that time was shared by dozens of other urban shopping areas in cities and towns across Ontario. Time and the competition had passed it by. But the response of Bloor West Village to its problems provided a model that has been followed by more than 230 shopping areas in communities across Ontario, and more than 100 in other provinces. The beleaguered business people of Bloor West Village drew up the Business Improvement Area concept that is now part of the *Municipal Act*.

There were two fundamental causes of the economic decline of the Village, and they will be familiar to business people everywhere. The first was the opening of a new suburban shopping mall that drew customers from a wide area - including Bloor West. The second was changes in the transportation system - in this case the replacement of street cars by a subway - that made it easier for shoppers to travel to competing business districts.

That was in the late 1960s. However, the general theme, if not those specific details, will be familiar to business people of today. Malls continue to be major consumer draws and power centres and multi-screen cinemas have sprung up on transportation nodes around the built-up towns and cities. As a result, in many communities consumers have a multitude of close-by shopping districts to choose from.

It is, therefore, not surprising that many areas have used the unique form of organization – the BIA – to address the deterioration of their areas, to retain and expand their customer base and to restore prosperity to their businesses.

In the case of Bloor West Village, the business people were determined to bring the customers back by making the area once again an attractive place to shop and do business and by promoting the new revitalized area to the community. However, the City, with a responsibility for providing services to all its communities, could not take on the additional costs.

For Alex Ling, the chairman of the Bloor West Village BIA, and a property owner and business operator, the concept was attractive: "We started out as a business association, going door-to door trying to collect money from the retailers for local improvements. The problem was always the same: there were only a couple of businesses in each block that would contribute, and nothing ever got done."

So a group of business people from the area went to City Hall with an unusual proposition: if we can get a substantial majority of the businesses in our area to volunteer to pay a special levy, they asked, will the city collect the money as part of the business levy and turn it over to our association to be used for local improvements? The municipality agreed, and eventually the first BIA was formed.

That was in 1970. Through redevelopment of underutilized properties, Bloor West Village has grown by about 125 businesses, to about 400 in total. The BIA, which recently celebrated its 30th anniversary, continues to be the driving force in carrying out major street improvement work and promotions.

Ontario

UNE INTRODUCTION AUX

secteurs d'aménagement commercial

Rédigé par le
MINISTÈRE DES AFFAIRES MUNICIPALES ET DU LOGEMENT

ISBN 0-7794-0789-X
© L'imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2001

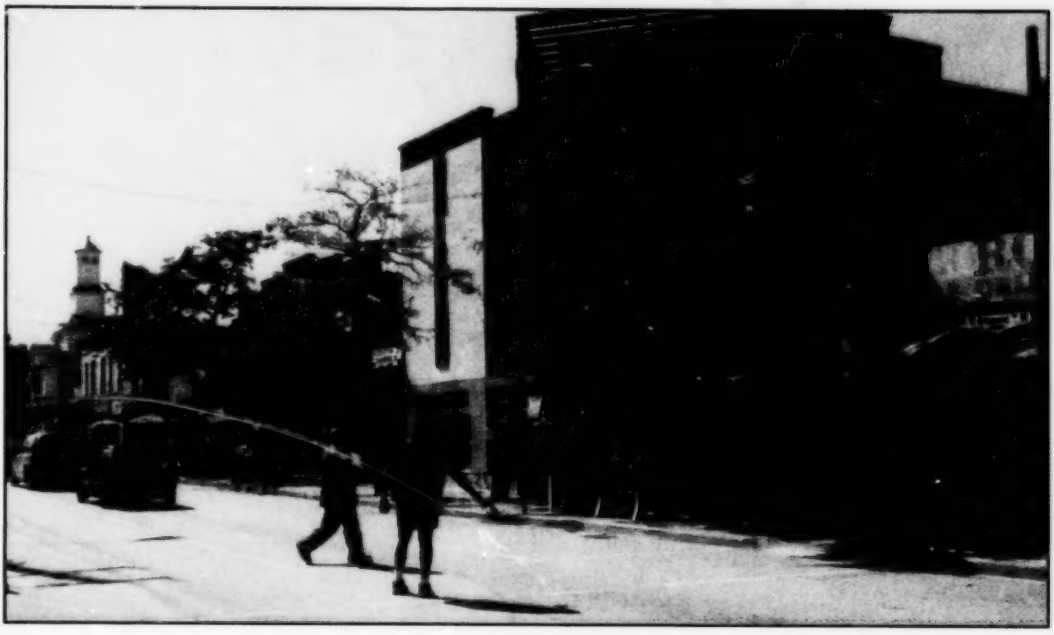
Available in English
An Introduction to Business Improvement Areas

La présente brochure donne seulement un résumé des renseignements sur les secteurs d'aménagement commercial. Par conséquent, elle ne peut servir de fondement juridique. Les personnes qui désirent établir un secteur d'aménagement commercial devraient consulter la loi ou un conseiller juridique.

Ontario

UNE INTRODUCTION AUX

secteurs d'aménagement commercial



Qu'est-ce qu'un SDAC?

Un secteur d'aménagement commercial est un secteur géographique à l'intérieur d'une municipalité. Le conseil de gestion d'un SDAC est une personne morale constituée pour exécuter certaines fonctions de promotion des affaires et d'amélioration.

Un SDAC permet à des entrepreneurs et à des propriétaires locaux de conjuguer leurs efforts et, avec l'appui de la municipalité, d'organiser, de financer et de réaliser des améliorations matérielles dans leur quartier et d'y promouvoir le développement économique. La municipalité est l'organisme responsable de l'approbation du budget d'un SDAC.

En 1970, la province a adopté une loi habilitante en réponse à une demande de représentants du milieu des affaires du secteur des rues Bloor et Jane, dans la ville de Toronto, qui désiraient obtenir une autorisation spéciale afin d'établir le SDAC de Bloor West Village. Les dispositions relatives à l'établissement et au fonctionnement des secteurs d'aménagement commercial (SDAC) sont énoncées à l'article 220 de la *Loi sur les municipalités*.

« Le monde des affaires change tous les jours. Il faut s'adapter au marché. »

« Le rôle d'un SDAC ne se limite pas à nettoyer le quartier. Le SDAC est un mécanisme visant à faire valoir le caractère unique et les attraits d'une localité auprès des visiteurs, mais surtout, auprès des résidentes et résidents de cette localité. »

En plus de Bloor West Village, il existe maintenant 230 SDAC dans toute la province. Certains comptent moins de soixante propriétaires d'entreprises et de biens, mais d'autres en regroupent plus de 2000.

Le concept des SDAC s'est aussi étendu au-delà des frontières de l'Ontario et il a été adopté par plus de 1500 collectivités aux États-Unis et dans la plupart des provinces du Canada.

Quel est le rôle d'un SDAC?

Le mandat d'un SDAC comporte deux volets :

- aménager, embellir et entretenir les terres publiques et les immeubles du secteur en dehors du cadre des travaux d'aménagement, d'embellissement et d'entretien exécutés aux frais de toute la municipalité;
- promouvoir les possibilités d'affaires et de commerce du secteur.

Afin de s'acquitter de son mandat, le SDAC entreprend des activités dans de nombreux domaines :

- **Marketing** – Connaître la clientèle et concevoir une publicité efficace pour conserver et étendre l'éventail actuel de consommateurs.
- **Recrutement d'entreprises** – Collaborer avec les propriétaires en vue d'assurer l'occupation des locaux disponibles et d'obtenir et de conserver une combinaison optimale d'entreprises et d'établissements de services.
- **Amélioration des paysages de rue et d'autres attraits** – Prévoir un éclairage, une signalisation, des meubles de trottoir, des jardinières, des bannières et des espaces piétonniers plus conviviaux.
- **Décorations** – Créer une ambiance originale et agréable pour les clients et le personnel de toutes les entreprises, de détail ou autres entreprises, au moyen de décorations appropriées à la saison ou à la fête que l'on veut souligner.

Activités spéciales – Organiser ou collaborer à l'organisation d'activités spéciales visant à souligner le caractère unique du secteur et à attirer des clients.

À qui profite un SDAC?

Un SDAC comporte des avantages non seulement pour les commerces de détail locaux, mais pour toutes les entreprises du secteur. Les professionnels, les exploitants d'entreprises dans les domaines de l'alimentation, du divertissement, des finances et du commerce de détail bénéficient tous de l'atmosphère dynamique que crée un SDAC réussi.

Il incombe à chaque entreprise de faire fond sur les activités du SDAC et d'assurer à sa clientèle le meilleur rapport qualité-prix et un service efficace et courtois. L'accroissement de la clientèle dépendra du succès du partenariat entre le SDAC et les entreprises individuelles.

« L'objectif ultime du SDAC est d'offrir un environnement qui favorisera les activités de commerce, de restauration et de divertissement, ainsi que la prestation de services financiers et professionnels. »

« Ensemble, dans le cadre d'un SDAC, nous disposons de plus de ressources et nous pouvons accomplir beaucoup plus que chacun de notre côté. »

Les améliorations et les activités entreprises dans le cadre d'un SDAC peuvent contribuer à l'augmentation de la valeur des propriétés. Les travaux d'aménagement permettent de créer et de soutenir un environnement économique plus prospère dans la localité. Par conséquent, les entreprises de commerce aussi bien que celles de l'industrie des services seront plus tentées de venir s'installer dans le secteur et contribueront ainsi à une demande accrue de locaux pour commerces de détail et pour bureaux, ce qui aura pour résultat d'accroître la valeur des propriétés.

Les travaux d'aménagement et les activités dans le SDAC favorisent la vitalité économique et la prospérité de la localité qui, en conséquence, attirera un plus grand nombre de visiteurs et de clients qui utiliseront tous les genres de services, notamment ceux des industries de l'alimentation et du divertissement ainsi que les services professionnels.

L'un des avantages importants qu'offre un SDAC est le fait qu'il constitue une source sûre de financement. Lorsque le conseil de gestion du SDAC a élaboré et fait approuver ses prévisions budgétaires, la municipalité prélève les sommes sous forme de redevances extraordinaires sur tous les biens du secteur qui appartiennent aux catégories de biens industriels et commerciaux. Les fonds sont ensuite attribués au conseil de gestion pour l'accomplissement de ses fonctions.

- accroître l'intérêt et la fierté de la collectivité à l'égard de son quartier d'affaires;
- assurer la collaboration continue entre les membres du milieu des affaires;
- améliorer la communication entre le milieu des affaires et le conseil et le personnel municipal;
- promouvoir les intérêts des membres et faire connaître leurs préoccupations grâce à des rapports efficaces avec la municipalité et les autres échelons de gouvernement;
- accroître la rentabilité des membres par une meilleure intégration des activités de promotion et de financement des immobilisations.

Administration d'un SDAC

Le SDAC est administré par un conseil de gestion composé de propriétaires d'entreprises et de biens et d'au moins un membre du conseil municipal. Les membres du conseil de gestion sont nommés par le conseil municipal pour un mandat de trois ans. En général, les candidates et candidats sont choisis en fonction du résultat d'un vote des membres du SDAC, et la liste est ensuite soumise à l'approbation du conseil de gestion qui procédera aux nominations.

Financement d'un SDAC

Le conseil de gestion établit les prévisions budgétaires annuelles qu'il doit présenter au conseil municipal. Il soumet généralement le budget aux membres du SDAC en vue d'obtenir leur approbation, à une réunion tenue à cet effet.

Une fois le budget approuvé par le conseil municipal, celui-ci ajoute une redevance extraordinaire aux impôts perçus sur tous les biens industriels et commerciaux situés dans les limites du SDAC. Le montant de la redevance correspond à l'évaluation foncière pour chaque bien. La municipalité le perçoit et le transmet au SDAC.

Le montant exact de la redevance est obtenu en divisant l'évaluation foncière du bien par l'évaluation foncière totale dans le SDAC, puis en multipliant le résultat par le budget annuel du SDAC.

Par exemple, si :

- l'évaluation foncière d'un bien est de100 000 $;
- et l'évaluation foncière total dans les limites du SDAC est de 10 000 000 $
- et le budget annuel du SDAC est de 40 000 $

alors

- la redevance du SDAC pour ce bien est égale à ce qui suit :

$$\frac{100\,000\,\$}{10\,000\,000\,\$} \times 40\,000\,\$ = 400\,\$$$

« Il faut beaucoup d'efforts et de détermination pour assurer le succès d'un SDAC, mais les résultats en valent tellement la peine. »

« Les propriétaires et les chefs d'entreprises qui souhaitent établir un SDAC devraient avoir un plan d'action soigneusement conçu. En plus de faciliter tout le processus, le plan d'action sera d'un grand secours lorsque les autres entrepreneurs et propriétaires locaux vous interrogeront au sujet de votre proposition. »

Qui doit payer la redevance sur un bien situé dans le SDAC?

C'est le propriétaire du bien qui doit payer la redevance applicable à un bien situé dans le SDAC. Cependant, selon les conditions d'un bail de location, le locateur peut la percevoir du locataire.

Quelles sont les étapes de l'établissement d'un SDAC?

La demande de désignation d'un secteur d'aménagement commercial provient généralement du milieu d'affaires local concerné et elle est élaborée en collaboration avec le personnel de la municipalité. Cette demande, qui est adressée au conseil municipal, souligne la nécessité d'établir un SDAC et indique les limites du secteur proposé. Voici quelques-unes des étapes importantes de l'établissement d'un SDAC :

Étape 1 :
Déterminer le besoin

Étape 2 :
Établir un comité directeur

Étape 3 :
Fixer des objectifs

Étape 4 :
Élaborer une proposition de budget

Étape 5 :
Établir les limites du SDAC proposé

Étape 6 :
Communiquer avec les parties concernées

Étape 7 :
Adresser une demande officielle à la municipalité

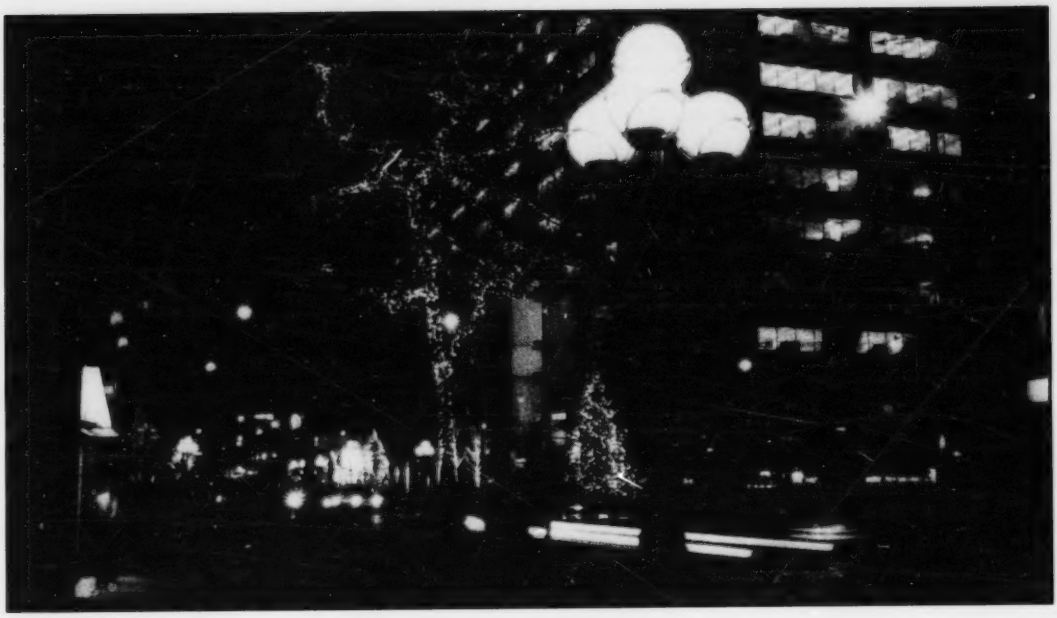
Étape 8 :
Donner l'avis prescrit aux propriétaires et aux entrepreneurs

Étape 9 :
Adopter le règlement municipal aux termes de la loi

Opposition au règlement municipal

(Les renseignements qui suivent sont incomplets; veuillez vous référer à la loi.)

- Les propriétaires et les locataires ont droit à un avis par lequel le conseil municipal les informe de son intention d'adopter un règlement municipal visant à créer un SDAC. Le règlement qui satisfait aux conditions prescrites par la loi (y compris les délais de préavis) est soit soumis à l'approbation de la Commission des affaires municipales de l'Ontario, soit rejeté.
- Les oppositions sont présentées sous forme de pétition.
- Le règlement doit être soumis à l'approbation de la Commission des affaires municipales de l'Ontario si, dans les 30 jours qui suivent la date de la mise à la poste de l'avis, la municipalité reçoit une opposition signée par une personne qui a droit à l'avis.
- La municipalité ne doit pas adopter le règlement si elle reçoit, dans les deux mois qui suivent le dernier jour de la mise à la poste des avis prescrits, un nombre suffisant d'oppositions.
- Le conseil municipal ne doit pas adopter un règlement qui désigne un SDAC si la municipalité reçoit une pétition signée par au moins le tiers des personnes qui ont droit à l'avis et qui sont redevables d'au moins le tiers de la somme des impôts prélevés dans le SDAC proposé.



« Un SDAC vraiment réussi suscite un esprit de collaboration qui contribue à améliorer la collectivité locale, non seulement pour tous les propriétaires d'entreprises et de biens, mais également pour les résidents. »

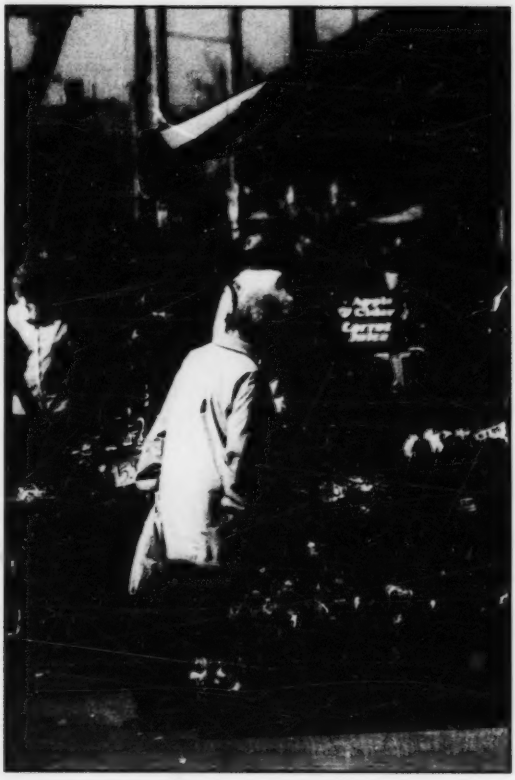
Conclusion:

L'établissement d'un SDAC présente des avantages évidents pour les gens d'affaires, les propriétaires et la municipalité. Il offre aux entrepreneurs et aux propriétaires la possibilité unique de créer un milieu physique plus attrayant et de favoriser l'essor du secteur des affaires et, par conséquent, d'accroître la valeur des propriétés. Pour la municipalité, l'établissement d'un SDAC est une occasion de renforcer son assiette fiscale, d'arrêter la détérioration du secteur commercial et de rehausser son image.

Le succès d'un SDAC dépend du soutien des trois partenaires : les entrepreneurs, les propriétaires et la municipalité. Les entrepreneurs seront toujours confrontés à la concurrence et à un environnement économique en évolution; les propriétaires doivent s'assurer que leurs propriétés immobilières sont toujours occupées; et les municipalités devront toujours relever le défi de la revitalisation urbaine. Le SDAC est un mécanisme qui permet à toutes les parties concernées de collaborer pour résoudre ces questions interdépendantes.

La présence d'un SDAC peut être très profitable. Elle peut se traduire par une augmentation des ventes et des profits, un climat des affaires plus prospère et dynamique, une hausse de la valeur des propriétés, une collectivité plus attrayante et une fierté civique retrouvée. Ce sont ces avantages qui ont incité plus de 230 collectivités en Ontario à établir leur propre SDAC.

Bloor West Village



Voici Bloor West Village, un quartier de commerce de détail prospère et attrayant dans le secteur ouest de Toronto. Toronto est l'un des marchés de détail les plus compétitifs en Amérique du Nord et les possibilités de ventes sont énormes. De plus, l'efficacité du réseau de transport permet aux acheteurs de choisir facilement entre les grandes galeries marchandes régionales, de plus petits centres commerciaux, un centre commercial de renommée mondiale dans le centre-ville, de gros magasins entrepôts, de nouveaux mégacentres commerciaux et de nombreux secteurs commerciaux impressionnants.

Bloor West Village est un succès fracassant; cependant, avant l'établissement du SDAC, il avait connu des temps difficiles. Les rues affichaient en enfilade des locaux commerciaux vacants, le secteur était délabré et mal entretenu et les propriétaires faisaient peu d'efforts pour garder leurs immeubles en bon état - en partie par manque de fonds, les affaires étant si mauvaises.

Le sort de Bloor West Village à cette époque était le même pour des douzaines d'autres secteurs commerciaux urbains dans les villes ontariennes. Le temps et la compétition les avaient oubliés. Cependant, la façon dont Bloor West Village a réagi à ses problèmes a servi de modèle à plus de 230 secteurs commerciaux dans des collectivités en Ontario et à près de 100 collectivités dans d'autres provinces. Des entrepreneurs en difficulté de Bloor West Village ont élaboré le concept du secteur d'aménagement commercial qui fait maintenant partie de la *Loi sur les municipalités*.

Deux raisons fondamentales étaient à l'origine du déclin économique du Village et les chefs d'entreprises de partout en étaient conscients. La première a été l'ouverture d'une nouvelle galerie marchande suburbaine qui a attiré la clientèle d'un vaste secteur - y compris Bloor West. La deuxième était les modifications apportées au système de transport - dans ce cas, le remplacement des tramways par le métro - qui ont facilité le déplacement des acheteurs vers des secteurs commerciaux concurrentiels.

C'était vers la fin des années 1960. Cependant, la tendance générale, sinon les situations particulières mentionnées ci-dessus, représente

encore une réalité pour les chefs d'entreprises d'aujourd'hui. Les galeries marchandes sont toujours des mégacentres commerciaux qui continuent d'attirer la clientèle, et de nombreux cinémas à écrans multiples sont apparus aux relais du réseau de transport, autour des villes. En conséquence, dans de nombreuses collectivités, les consommateurs ont le choix parmi une multitude de quartiers commerciaux à proximité.

Il n'est donc pas étonnant que dans de nombreux quartiers, les entrepreneurs aient adopté cette formule unique - le SDAC - pour combattre la détérioration de leur localité, retenir et accroître leur clientèle et rétablir la prospérité de leurs entreprises.

Dans le cas de Bloor West Village, les entrepreneurs étaient déterminés à convaincre leurs clients de revenir en faisant du secteur un endroit où il était de nouveau agréable de faire des achats et des affaires et en faisant valoir, aux yeux de la collectivité, le nouveau secteur revitalisé. Cependant, la municipalité, ayant la responsabilité de fournir des services à toutes ses collectivités, ne pouvait pas absorber les coûts supplémentaires.

Pour Alex Ling, le président du SDAC de Bloor West Village, et propriétaire et exploitant d'entreprise, le concept était intéressant : « Nous avons débuté comme association de gens d'affaires, allant de porte en porte pour recueillir des fonds auprès des détaillants afin de financer les améliorations dans le quartier. La difficulté était toujours la même : seulement quelques entrepreneurs par pâté de maisons acceptaient de contribuer et rien n'a jamais été fait. »

Un groupe de gens d'affaires du secteur s'est donc rendu à l'hôtel de ville armé d'une proposition inusitée : « Si nous convainquons une importante majorité d'entrepreneurs dans notre quartier de payer volontairement une redevance spéciale, la ville acceptera-t-elle d'ajouter cette redevance à l'impôt foncier sur les biens commerciaux visés et de la transmettre à notre association pour couvrir le coût des améliorations locales? La municipalité a accepté et c'est ainsi que le premier SDAC a été créé.

C'était en 1970. Grâce au réaménagement des biens sous-utilisés, près de 125 entreprises sont venues s'ajouter, portant le total à 400 environ dans Bloor West Village. Le SDAC, qui a célébré récemment son 30e anniversaire, est toujours l'élément moteur derrière d'importantes initiatives d'aménagement et de mises en valeur.